Government of Canada | Gouvernement du Canada

Regional Industrial Expansion | Expansion industrielle régionale

Consultation Paper on Small Business

February 1985

Canada

To be viable, small business must be competitive, maintain modern facilities and concern itself with productivity. It must be innovative and able to produce a quality product that can be marketed easily both in Canada and abroad. But to attain this objective, it is necessary to improve the economic situation and eliminate the obstacles that small business encounters.

Hon. André Bissonnette
The Twenty-Fifth Annual Convention of
the Association des commissaires
industriels du Québec
Trois-Rivières, Québec

October 2, 1984

February, 1985

This paper has been prepared to carry on the process of consultation outlined in the Economic and Fiscal Statement delivered in the House of Commons on November 8, 1984.

The government recognizes the important role of the private sector and the economic responsibilities of provincial governments. Our aim is to promote economic growth in concert with the private sector and the provinces.

To foster growth in the private sector, Canadians must begin a process of change toward a new business environment that encourages entrepreneurship and facilitates adaptation to changing market realities. In some cases, this will mean less government regulation and intervention. In others, it will be necessary to redirect or reinforce government activities that support growth and adjustment.

An important commitment within this government's mandate for change is to consult. Consultations will be held on a broad range of social and economic issues and will focus on three key areas: the problems and issues facing Canada's economy; the directions in which we must move to remedy the situation; and, the options available to governments and the private sector. The guiding principle underlying the consultations is fiscal responsibility by governments: if we do more in some areas we must do less in others. This is, in our view, the linchpin in a successful strategy for economic renewal. The consultations should contribute significantly toward our determination to identify and implement appropriate measures to restore fiscal responsibility, flexibility and credibility.

To achieve this goal, we wish to conduct a complete round of consultations with the small business community using this paper as the focus. We seek a full airing of small business issues in the hope that the discussion will serve to guide all levels of government in the formulation of policies and programs.

Time is short. Entrepreneurs, businesses, associations, financial institutions, labour, academics and provincial governments will be consulted. If you have a contribution to make and are not approached directly, we ask that you contact any office of the Department of Regional Industrial Expansion (DRIE) where arrangements will be made to receive your comments.

As we begin discussions, let us not lose sight of the broad national purpose to which we are pledged. Our common bond is the desire to see a strong and prosperous Canada.

Minister of Regional
Industrial Expansion

Minister of State
(Small Businesses)

TABLE OF CONTENTS

I. The Process of Economic Renewal 1

II. Small Business and Economic Renewal 1

III. The Challenge 2

IV. Guiding Principles 3

V. Small Business in Canada 3

VI. Consultations 4

Small Business Environment 4

Management 6

Financing 7

Marketing 9

Information and Services 10

Charts 12

I. THE PROCESS OF ECONOMIC RENEWAL

The federal government set out four broad challenges it must meet in An Agenda for Economic Renewal released on November 8, 1984, in conjunction with the Economic and Fiscal Statement. They are:

- to organize federal affairs to limit, and ultimately reverse, the massive build-up in public debt and the damaging impact this has on confidence and growth;
- to redefine the role of government so that it provides a better framework for growth and job creation and less of an obstacle to change and innovation;
- to adopt policies that foster higher investment, greater innovation, increased international competitiveness and a positive climate for the birth and growth of new enterprise; and
- to bring about these changes in a way that is fair, open and consistent with the basic sense of compassion, tolerance and justice that is characteristic of Canadian society.

II. SMALL BUSINESS AND ECONOMIC RENEWAL

This government recognizes the positive and critically important contribution that small business makes to Canada's economy. A viable and stable small business sector is one of the top priorities of the government. The Prime Minister, in referring to small business, noted "Our goal is to unfetter the private sector -- especially the small business sector -- so as to enhance that entrepreneurial spirit and creative genius that encourages risk, rewards productivity and creates new economic opportunities for Canada."

Job creation is a fundamental priority for this government. Statistics readily demonstrate the important role played by small business in creating and sustaining employment. What may not be fully recognized is that small firms generate economic activity in every village, town and city in Canada. In addition, small firms contribute significantly to job creation and regional development. Success enjoyed by Canada's entrepreneurs results in small firms growing into medium-sized firms, and medium-sized firms growing into large firms. These medium and large firms, in turn, create demands for goods and services, which lead to the creation of yet more small businesses. Canada needs to strengthen this growth pattern and the generation of new business startups.

Canada was recently recognized for its international competitiveness. Our products are good and our labour force is recognized as being among the best. Modest gains in exports and import replacements translate into large numbers of jobs and business successes. The potential of small business in helping to achieve this is substantial and this potential must be actively encouraged and fostered.

This government is committed to listening to suggestions on how it can promote and improve the performance and opportunities in this vital sector of the nation's economy. It is also committed to turning this advice into concrete result-oriented action. The priority and importance this government attaches to small business and its contribution to job creation will not be allowed to fade.

III. THE CHALLENGE

The task before us is to get Canada's economy back on track. A major part of that effort must be a strategy for stimulating the private sector, which must be the driving force of the economy.

The Economic and Fiscal Statement pointed to the key role of small business in economic renewal. The tremendous potential of small business must be stimulated by creating a business climate that rewards initiative and risk-taking.

The principal reward for entrepreneurs is the achievement of financial success and the satisfaction of running their own businesses. In order to do so, entrepreneurs must be able to operate their businesses in a stable economic environment relatively free from obstacles and disincentives, and be aware that society recognizes the important role they play. Entrepreneurs must be confident that governments are striving to improve the environment in which they operate.

The challenge is to promote the startup of small business in Canada, to identify obstacles to their successful operations, and to take steps to either eliminate or reduce such obstacles. As well, we must focus on means of strengthening three major elements, which are key to the success of most small businesses: knowledge of the business field, sound financing and effective marketing. It is important for entrepreneurs to be able to integrate and manage these and other elements of their businesses in such a way that they will succeed.

We hope that the various parties will be able to acquire a better understanding, during these consultations, of each other's problems and constraints, and to develop options for constant improvement.

IV. GUIDING PRINCIPLES

Underlying the policy objectives and challenge set out above are several principles guiding the government's approach to small business:

- the government recognizes the fundamental need to promote and improve the small business sector's strong sense of competitiveness, entrepreneurship, creativity and risk-taking;
- the government seeks increased self-reliance of individuals and business in responding to changing circumstances;
- the government wishes to promote fiscal responsibility, recognizing that if we do more in some areas, we must do less in others; and
- the government recognizes the need to remove major obstacles to growth in co-operation with business, labour and other levels of government.

V. SMALL BUSINESS IN CANADA

Small business in Canada is generally defined as those businesses with up to $2 million in annual sales and/or employing up to 50 people. There are about 750 000 small businesses in Canada. Within the sector there is a large number of startups and close-downs each year, but the total net number of new businesses is increasing only marginally.

The majority of small businesses employ fewer than 20 people and these firms provide 26 per cent of total Canadian employment. They also accounted for virtually 100 per cent of the net job creation over the 1978-1982 period, as indicated in Chart 1. It should be noted that this positive performance by small business was influenced in part by the effect on larger firms of the economic downturn in 1982.

In 1980, approximately 96 per cent of firms operating in Canada reported sales below $2 million, as indicated in Chart 2. They contributed approximately 30 per cent of the private sector gross domestic product and the majority were in retail trade, business and personal services or construction. The distribution of smaller-sized businesses in Canada in 1980 by sector is shown in Chart 3. The vast majority are in the category of under $250 000 in annual sales as illustrated in Chart 4. Chart 5 indicates the percentage in each province of small businesses and total sales.

The average age of Canadian entrepreneurs is between 35 and 45, and is getting lower. Young people and women are playing a larger role in small business ownership. The number of new small business proprietors increased by 50 per cent from 1964 to 1980. During this time the proportion of businesses owned by women almost tripled while those owned by persons under 30 more than doubled.

VI. CONSULTATIONS

For small businesses to contribute more effectively to economic renewal, it is essential that the difficulties facing them be recognized by everyone and a determined effort be made to implement appropriate solutions.

In these consultations, we must be realistic in recognizing the constraints we face. The lack of resources for either new tax or expenditure initiatives restricts what the federal government can do, and the substitution of business tax incentives for direct government expenditures may increase the complexity of the tax system. Therefore, governments must make wise choices to ensure the development of effective policies and programs to support growth.

To assist in providing the necessary focus, this consultation paper incorporates separate sections on the small business environment, management, financing, marketing and information and services. They are not intended to be exhaustive, and indeed some may not be applicable to certain sectors of the small business community. They are intended merely to serve as a guide to discussions.

SMALL BUSINESS ENVIRONMENT

Objective

To create an environment for the small business sector that is conducive to startups, investment and growth and is free of major obstacles.

Perceptions

- Entrepreneurship and risk-taking are not promoted to the extent desirable.
- Governments and most financial institutions are perceived by small business to be oriented to the needs of big business.
- The design and application of regulations by governments is insensitive to the limited resources of small business.
- Complex tax regulations may have detracted from entrepreneurship and small business ownership.
- Small businesses have extreme difficulties in recruiting and training employees and are particularly affected by skills shortages.
- Small businesses often have difficulty motivating and retaining personnel whom they have trained and whom they need to be profitable.

Opportunities

- Co-operate with other levels of government and the private sector towards improving the climate for entrepreneurship.
- Develop a greater sensitivity to small business interests and needs in the private sector and in governments.
- Improve opportunities for the generation of new businesses, including startups from university-based research, spinoffs from larger companies and sub-contracts from large investment projects.
- Encourage the success of large businesses. The success of small business depends greatly on the demand for goods and services created by large business and small business has the vitality and flexibility to respond to that demand.
- Develop a greater general awareness of small businesses' lack of resources to take part in advocacy functions.
- Remove unnecessary regulations, inspections and paperburden in concert with other levels of government, for example, the tax simplification and administration measures already announced by the federal government.
- Ensure that social and employment regulations achieve their intent while not acting unnecessarily as barriers to employers offering permanent jobs or to people seeking work.

- Co-operate with other levels of government and the private sector, particularly labour, toward improving skills development for small business.

- Encourage small businesses to examine methods of making employees more integral parts of their operations.

- Develop an improved data base to enhance everyone's understanding of the small business sector.

Questions

1. How can governments support the further development of entrepreneurship?

2. What are the areas in the tax system and its administration that can be further simplified for small business?

3. What are the areas worth pursuing to achieve meaningful regulatory reform and reduced paperburden to recognize better the special needs of small business?

4. How can the government make its programs and assistance related to skills training more effective for small business?

5. What can be done to encourage more involvement of the employees in the operation of small businesses?

MANAGEMENT

Objective

To improve management skills in the small business sector in order to enhance small business and support its growth.

Perceptions

- Inadequate management skills are a major contributor to inefficiencies and failure in small businesses.

- Small businesses tend to rely on the management skills of one individual and often lack the resources to train others.

- Many owner/managers feel they do not have the time to formally upgrade their management skills.

- Private sector professional management assistance and training are often too expensive for small business.

- Institutional training is often unable to keep pace with changing technologies, market developments and new management techniques.

Opportunities

- Improve the information flow to small businesses on the types of management education, and technical and professional advice available.
- Encourage small businesses to make use of existing advisory and management training services.
- Encourage financial institutions and consulting organizations to continue to expand their advisory services to small business.
- Continue to improve government management training programs to ensure their relevance and effectiveness.

Questions

1. What is the most effective method for providing management advisory services to the small business community?
2. Is greater local orientation required in management training?
3. How can business associations, and the private sector in general, play an increased role?
4. Can more use be made of franchising, enterprise centres and other business formation techniques?
5. Are support, consultation and formation services offered by government and organizations such as the Federal Business Development Bank effective, and how might they be improved?
6. How can the universities play an improved role in enhancing small business management skills and conduct relevant research on the small business sector?

FINANCING

Objective

To promote adequate capitalization and improved access to equity to enhance the financing of small business.

Perceptions

- Many small businesses appear to be undercapitalized: too much debt supported by too little equity. This situation is attributed to one or more of the following:
  (a) limited financial resources of entrepreneurs when they start businesses;

(b) small business owners are reluctant to share ownership and/or control, hence their reluctance to seek outside equity for start-up and growth;

(c) a lack of knowledge of private networks for financing; and

(d) limited financing alternatives available from financial institutions.

- Existing regulations and attitudes inhibit investment in small businesses.

- Government programs and policies are not designed to address adequately the undercapitalization problem.

- Government financial programs and incentives often create distortions in the efficient operation of the market place.

Opportunities

- Improve the awareness and understanding of small business owners of the options available to finance startup and growth.

- Encourage private sector financial institutions to provide a broader range of financial services appropriate to the needs of small business.

- Review regulations and policies that may be impeding the flow of financing to small business, including equity capital.

- Re-evaluate the effectiveness of limited government resources in the support of small business.

Questions

1. What barriers are currently preventing the adequate provision of private sector financing, especially for startup and growth in the early years of development?

2. How can the private sector better meet the financing needs of small business, especially the provision of equity and venture capital funds?

3. How can the investment of more pension fund dollars and other pools of capital into small business be facilitated?

4. How can the government redirect its policies and programs to support better the financing needs of small business?

5. Is there overlap and duplication between federal and provincial programs and, if so, how and where should changes be made?

6. Are tax and direct expenditure incentives properly structured and, if not, how can they be better balanced or made more effective?

7. Do current government lending programs continue to be relevant, including, for instance, Federal Business Development Bank (FBDB) lending?

MARKETING

Objective

To promote the importance of effective marketing as a key to success for small business.

Perceptions

- Many small businesses do not recognize marketing as being an important function distinct from sales activity.
- Generally small businesses lack the financial and human resources to engage in extensive marketing and promotion.
- Small businesses often have difficulty pursuing new market opportunities, gaining access to existing export vehicles, and utilizing existing assistance and government programs.

Opportunities

- Promote the importance of effective marketing in assisting small business to identify market niches and develop new products.
- Encourage small business to seek new markets through import replacement, sub-contracts from large private sector corporations, government procurement and export opportunities.
- Encourage large private sector corporations to do more sub-contracting to the small business sector to foster increased market opportunities, improved technology transfer, competitiveness and efficiency.
- Promote the opportunities for overseas export trade by the small business sector, including involvement in projects supported by international organizations.

- Ensure that marketing services offered by the government are sensitive to the needs of the small business community.

Questions

1. How can the private sector, including business associations, play a more active role in assisting small businesses to penetrate domestic and foreign markets?

2. How can we improve the circulation of information on import substitution and export assistance programs?

3. How can the government improve its procurement policies to ensure better access by small business?

4. Do federal and provincial export promotion efforts overlap? How can co-ordination be improved?

5. Can existing government export assistance programs be improved, such as the Program for Export Market Development (PEMD) and the services offered by the Export Development Corporation (EDC)?

INFORMATION AND SERVICES

Objective

To enhance the provision of information and services to improve the management, financing and marketing functions of small business.

Perceptions

- Generally small businesses have insufficient information in the following areas:

  (a) management advisory services;

  (b) financial advisory services, including information on taxation and sources of small business financing;

  (c) marketing opportunities, including import replacement and exports;

  (d) technology and innovation;

  (e) regulatory requirements; and

  (f) government programs and services.

- Competitive factors preclude the timely exchange of new technology between large and small businesses.

- There is overlap and duplication in the services and information offered by the private sector and the provincial and federal governments.

Opportunities

- Harmonize and co-ordinate the delivery of various programs and services offered to small business in the areas of management, financing and marketing.

- Ensure the wide distribution of relevant information to small business through the private sector, business and trade associations, and government service centres.

- Encourage information exchanges between large and small companies so that makers and users of advanced technology and innovative ideas can discuss mutual needs and available opportunities.

- Develop a network between levels of government, business and business organizations to ensure that small business obtains timely information on technological advancements, market opportunities and existing government programs and assistance.

- Explore the concept of "one-stop-shopping" for better co-ordination and delivery of information and services to small business.

Questions

1. What are the most important kinds of information and advisory services that should be available to small business?

2. With respect to information, who should assume responsibility for collection, preparation and dissemination? How can this be best co-ordinated?

3. Who should be responsible for the delivery of advisory services to small business on:

   (a) management?
   (b) financing?
   (c) marketing?

4. How can the diffusion and acquisition of new technology by small business be enhanced? Do technology centres have a role to play?

CHART 1

CHANGE IN PRIVATE SECTOR FULL YEAR EMPLOYMENT (FYE)
BY FIRM SIZE AT START OF PERIOD - 1978-1982

GROSS EMPLOYMENT CHANGE

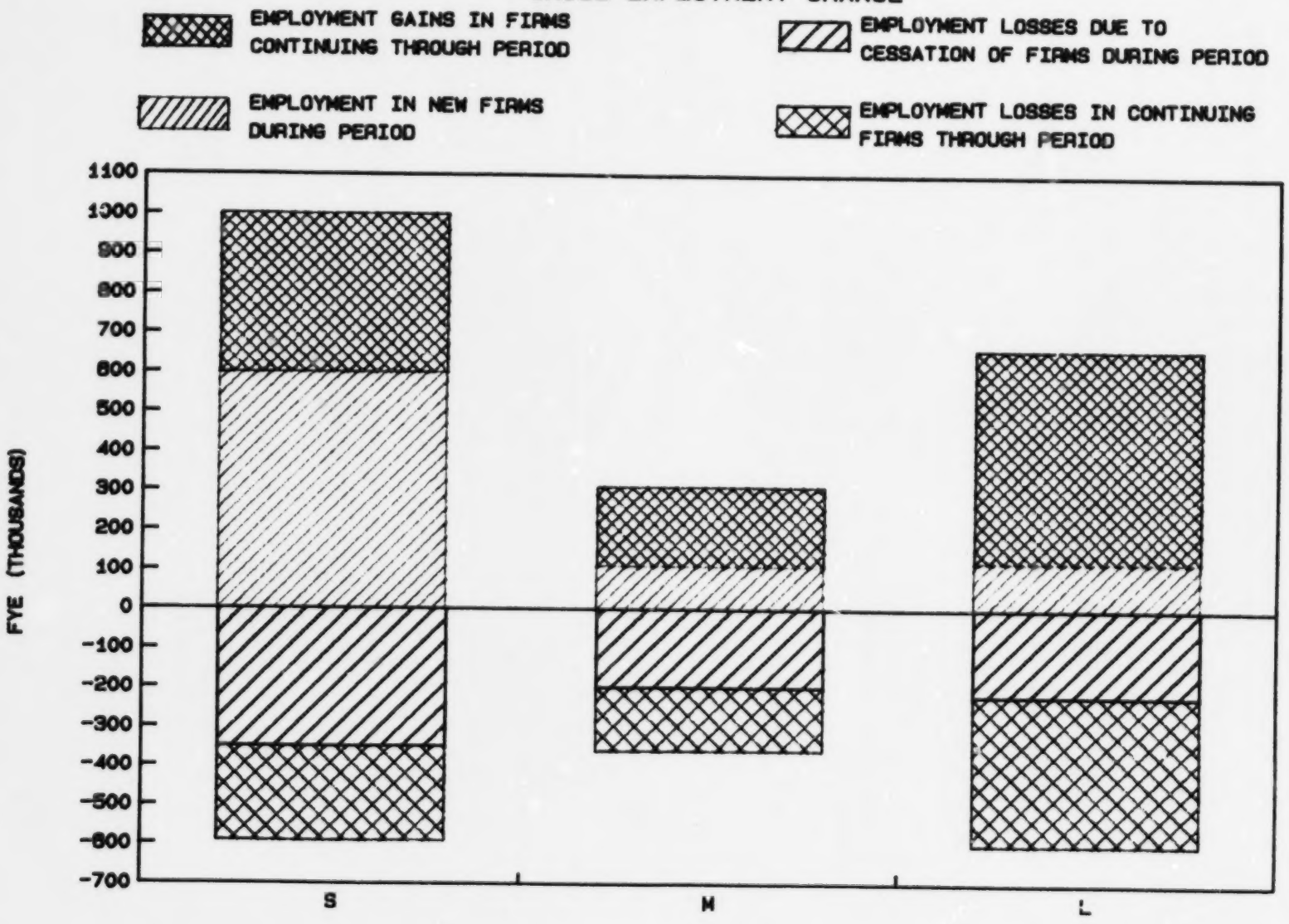
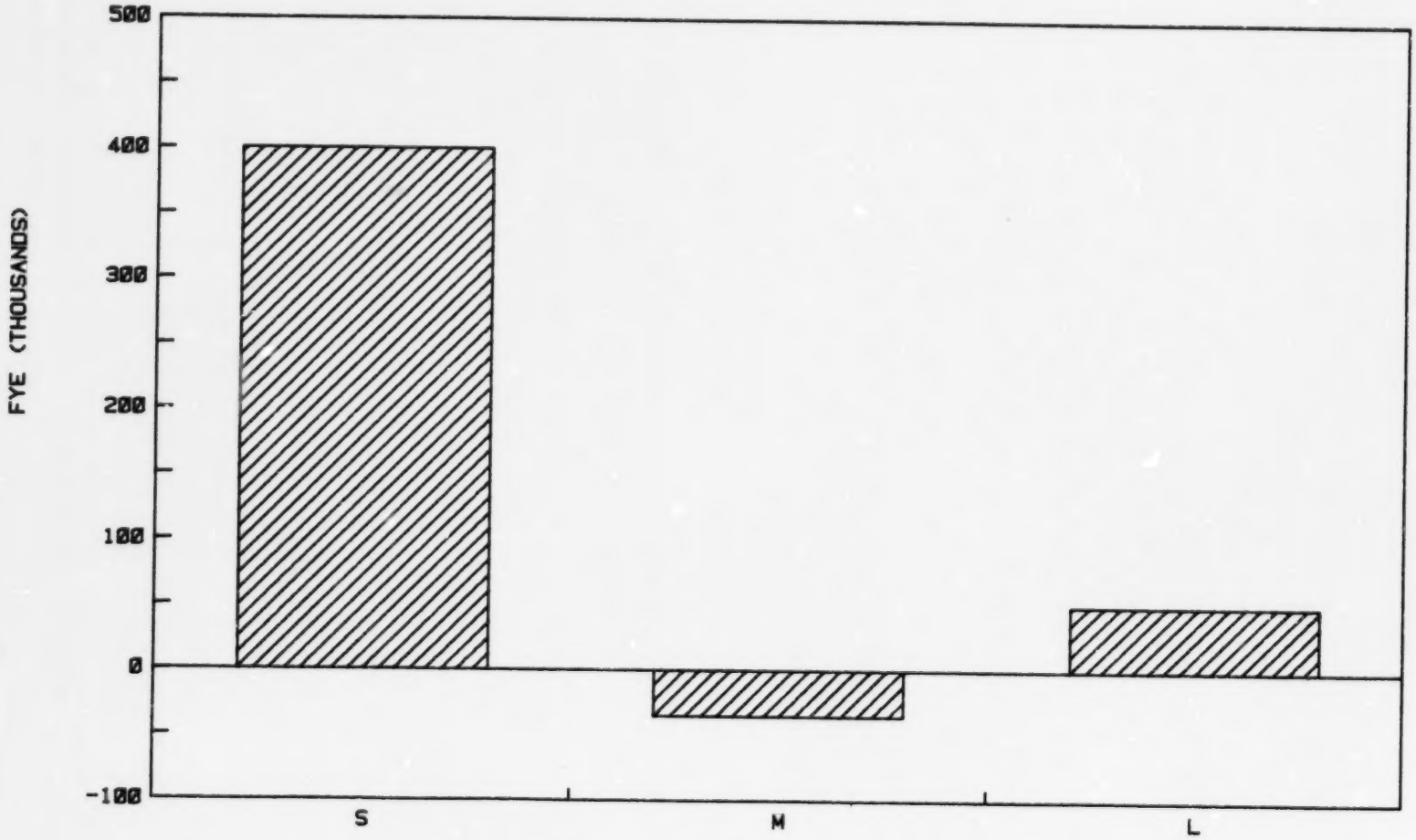


CHART 1 (contd...)

CHANGE IN PRIVATE SECTOR FULL YEAR EMPLOYMENT (FYE)
BY FIRM SIZE AT START OF PERIOD - 1978-1982

NET EMPLOYMENT CHANGE



S = SMALL FIRMS, LESS THAN 20 EMPLOYEES
M = 20 TO 100 EMPLOYEES
L = MORE THAN 100 EMPLOYEES
SOURCE: STATISTICS CANADA

CHART 2

TOTAL SALES AND TOTAL FIRMS BY SALES SIZE GROUP OF FIRM, 1980

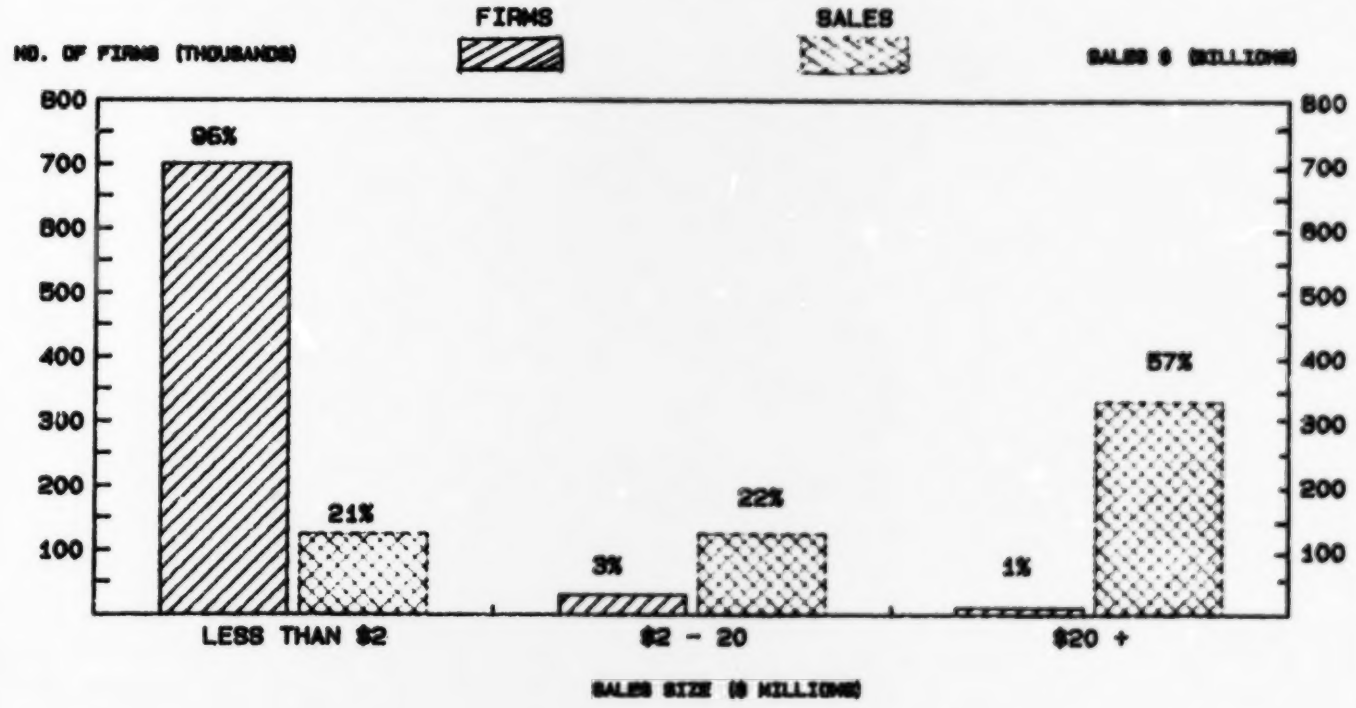
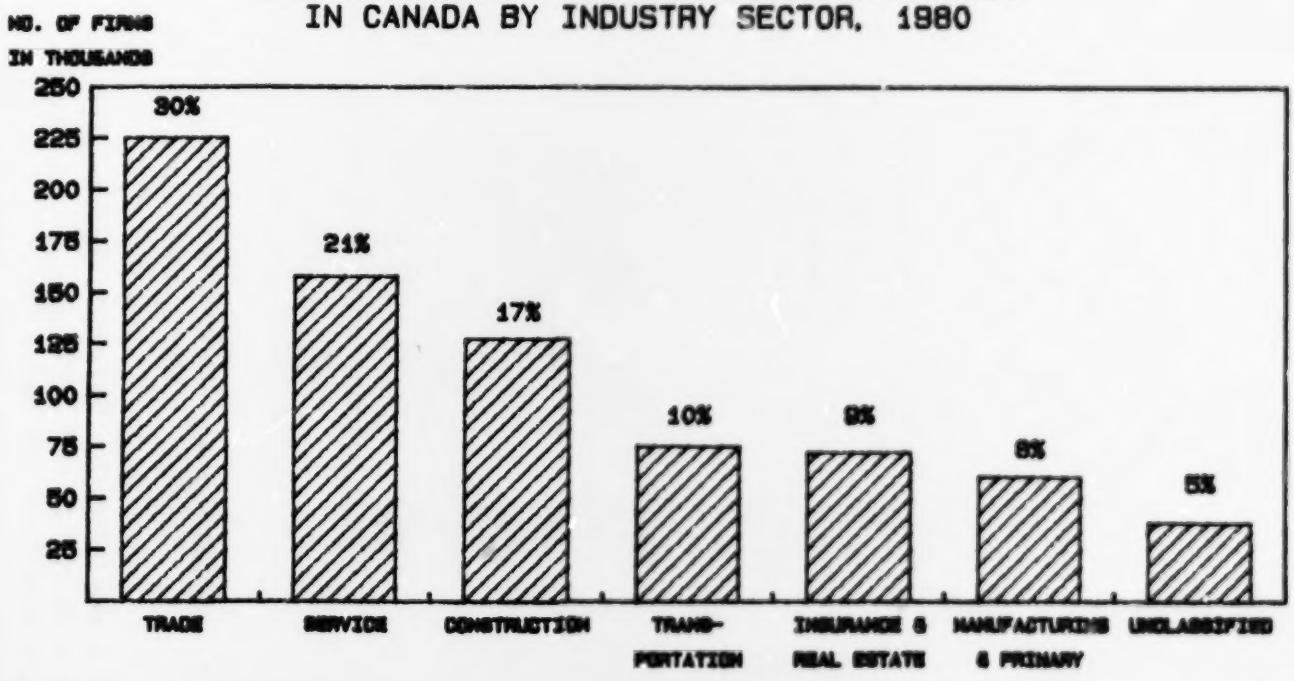


CHART 3

DISTRIBUTION OF SMALLER SIZE BUSINESSES IN CANADA BY INDUSTRY SECTOR, 1980

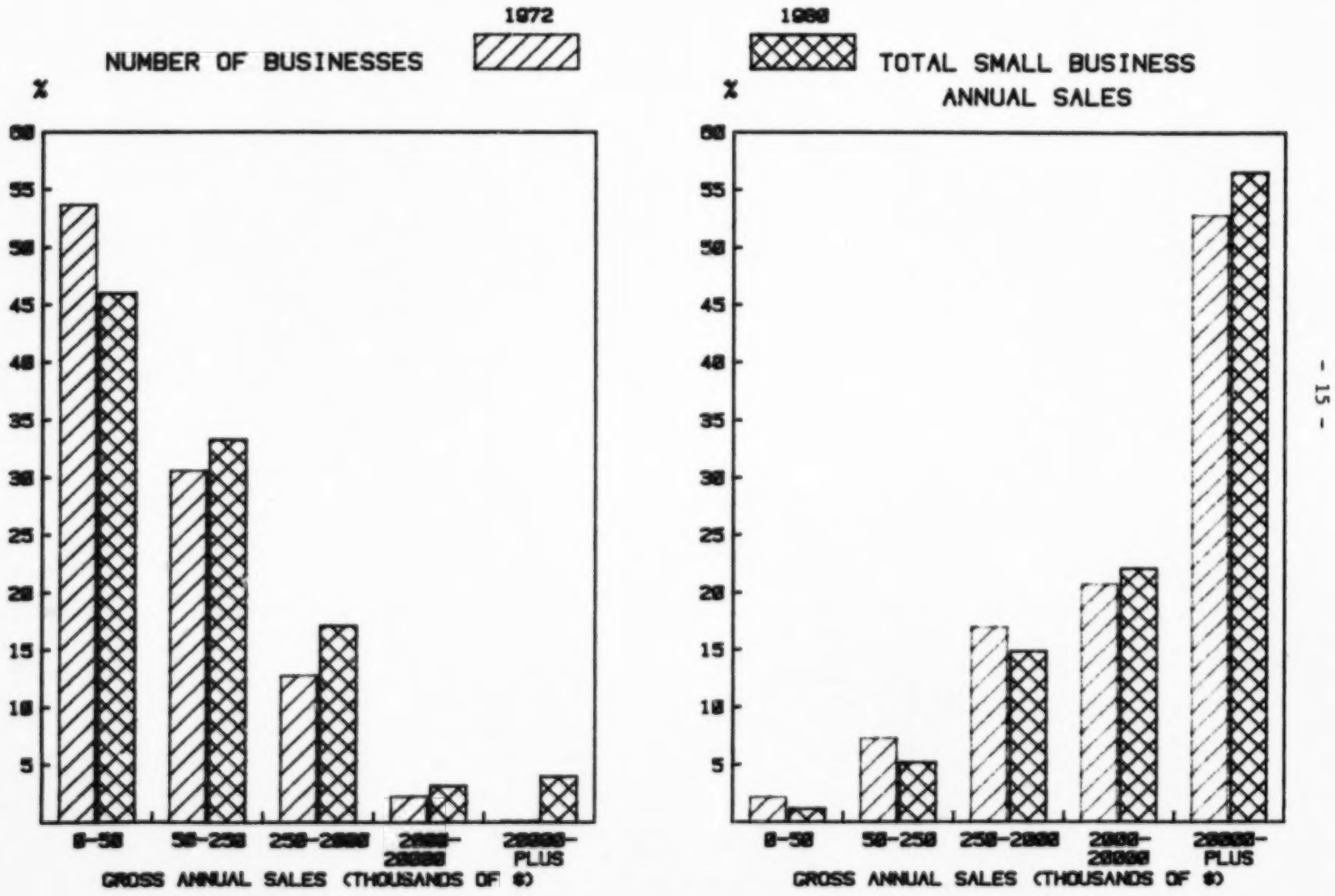


SOURCE: STATISTICS CANADA

CHART 4

PROFILE OF ALL BUSINESSES FOR VARIOUS SALES SIZES FOR ALL CANADA

1972 - 1980

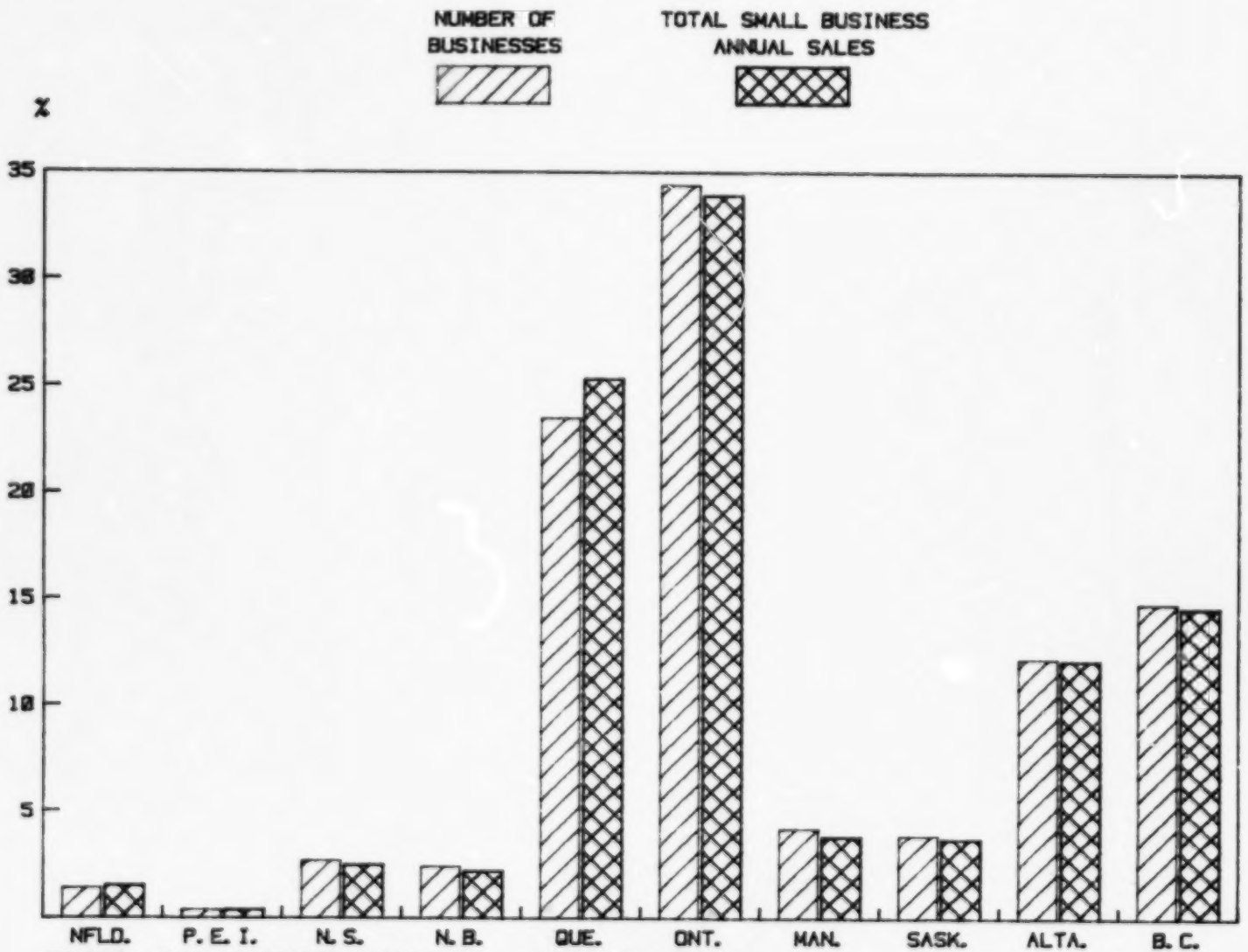


SOURCE: BUSINESS FINANCE DIVISION, STATISTICS CANADA, TAX RECORD ACCESS SUB-DIVISION, STATISTICS CANADA

CHART 5

PROFILE OF SMALL BUSINESSES BY PROVINCE

1980



SOURCE: SMALL BUSINESS STATISTICS, STATISTICS CANADA.

NOTES: SMALL BUSINESSES REFERRED TO HERE ARE THOSE BUSINESSES WITH LESS THAN $2 MILLION IN ANNUAL SALES. YUKON AND NWT ARE INCLUDED IN THE FIGURES FOR BRITISH COLUMBIA

Gouvernement du Canada
Government of Canada

Expansion industrielle régionale
Regional Industrial Expansion

Document de consultation sur la petite et moyenne entreprise

Février 1985

Canada

PU 2430

Pour être rentable, la petite entreprise doit être concurrentielle, dotée d'installations modernes et soucieuse de sa productivité. Elle doit être en mesure d'innover, d'offrir des produits de qualité, faciles à commercialiser tant au Canada qu'à l'étranger. Mais pour atteindre cet objectif, il est nécessaire d'améliorer la situation économique et d'aplanir les obstacles que rencontre la petite entreprise.

Monsieur André Bissonnette
25e Congrès annuel de
l'Association des commissaires
industriels du Québec
Trois-Rivières (Québec)

le 2 octobre 1984

Février 1985

Ce document s'inscrit dans le processus de consultation annoncé dans l'Exposé économique et financier présenté à la Chambre des communes le 8 novembre 1984.

Le gouvernement reconnaît le rôle important du secteur privé et les responsabilités économiques des gouvernements provinciaux. Notre objectif est de promouvoir la croissance économique, de concert avec le secteur privé et les provinces.

Pour favoriser la croissance dans le secteur privé, les Canadiens et Canadiennes doivent s'engager dans la voie du changement et créer un nouveau climat d'affaires qui favorise l'esprit d'entreprise et facilite l'adaptation aux conditions changeantes du marché. Dans certains cas, ceci signifiera moins de réglementation et d'intervention de la part du gouvernement. Dans d'autres cas, il faudra réorienter ou intensifier les activités gouvernementales qui favorisent la croissance et l'adaptation.

La consultation compte parmi les éléments importants du mandat de changement confié au présent gouvernement. Des consultations seront menées sur un large éventail de questions sociales et économiques et elles seront axées sur trois grands thèmes : les problèmes et questions qui confrontent l'économie canadienne, les orientations à prendre pour remédier à la situation et les choix qui s'offrent aux gouvernements et au secteur privé. Le principe directeur sous-jacent à la consultation est la responsabilité financière des gouvernements : si nous faisons plus dans certains secteurs, nous devons faire moins ailleurs. Ceci est, selon nous, indissociable d'une stratégie pour un renouveau économique. Les consultations devraient grandement contribuer à la détermination, à l'identification et à la mise en application de mesures appropriées afin de restaurer la responsabilité financière, la souplesse et la crédibilité.

En vue d'atteindre cet objectif, nous mènerons une consultation exhaustive avec la petite entreprise, en utilisant le présent document comme point de départ. Nous visons un ensemble de sujets touchant la petite entreprise afin que la discussion serve de guide à tous les paliers de gouvernement dans la formulation de leurs politiques et programmes.

Le temps presse. Les entrepreneurs, les entreprises, les associations, les institutions financières, les travailleurs, les milieux éducatifs et les gouvernements provinciaux seront consultés. Si vous avez une contribution à apporter et qu'on ne vous contacte pas directement, nous vous prions de communiquer avec tout bureau du ministère de l'Expansion industrielle régionale (MEIR) où on prendra les dispositions nécessaires pour recevoir vos commentaires.

Alors que nous entamons ce processus, nous ne devons pas perdre de vue l'objectif national à l'égard duquel nous nous sommes tous engagés : nous sommes tous unis par une volonté commune de voir un Canada fort et prospère.

Ministre de l'Expansion
industrielle régionale

Ministre d'État
à la Petite Entreprise

TABLE DES MATIÈRES

I. La voie du renouveau économique 1

II. La petite entreprise et le renouveau économique 1

III. Le défi 2

IV. Les principes directeurs 3

V. La petite entreprise au Canada 3

VI. La consultation 4

L'environnement de la petite entreprise 5

La gestion 7

Le financement 8

La commercialisation 10

L'information et les services 11

Tableaux 14

I. LA VOIE DU RENOUVEAU ÉCONOMIQUE

Dans son Programme de renouveau économique, publié le 8 novembre 1984 conjointement avec l'Exposé économique et financier, le gouvernement fédéral s'est fixé quatre défis. Ce sont :

- remettre de l'ordre dans les finances de l'État afin d'arriver à enrayer, puis à résorber le gonflement considérable de la dette publique et les effets négatifs qu'il exerce sur la confiance et la croissance;

- redéfinir le rôle de l'État afin qu'il fournisse un meilleur environnement pour la croissance et la création d'emplois et qu'il représente beaucoup moins un obstacle au changement et à l'innovation;

- adopter des politiques favorables à une hausse de l'investissement, à une intensification de l'innovation, à une amélioration de la compétitivité internationale et à l'établissement d'un climat propice à la création et à l'essor d'entreprises nouvelles; et

- réaliser ces changements d'une manière qui soit équitable, transparente et conforme à l'esprit fondamental de compassion, de tolérance et de justice qui caractérise la société canadienne.

II. LA PETITE ENTREPRISE ET LE RENOUVEAU ÉCONOMIQUE

Le gouvernement reconnaît l'énorme contribution que fait la petite entreprise à l'économie canadienne. L'une des principales priorités du gouvernement consiste donc à favoriser la viabilité et la stabilité du secteur de la petite entreprise. Dans les propos qu'il tenait au sujet de la petite entreprise, le Premier ministre a indiqué que l'objectif du gouvernement consistait à supprimer certains obstacles qui nuisent au secteur privé, plus particulièrement à la petite entreprise, de façon à stimuler l'esprit d'entreprise et la créativité qui favorisent le goût du risque, accroissent la productivité et engendrent de nouveaux débouchés économiques pour le Canada.

La création d'emplois constitue une priorité fondamentale pour le gouvernement actuel. D'ailleurs, les statistiques démontrent le rôle important que joue la petite entreprise, non seulement pour créer des emplois, mais aussi pour les maintenir. Ce que l'on ne reconnaît pas d'emblée, c'est que les petites entreprises suscitent de l'activité économique dans tous les villages et dans toutes les villes du Canada. En outre, les petites entreprises contribuent grandement à la création d'emplois et au développement régional. Les entrepreneurs du Canada voient leurs efforts

couronnés de succès : à preuve, les petites entreprises se transforment en moyennes entreprises et ces dernières deviennent de grandes entreprises. Ces moyennes et grandes entreprises font, à leur tour, augmenter la demande de biens et de services, ce qui donne lieu à l'établissement d'autres petites entreprises. Le Canada doit renforcer ce modèle de croissance et favoriser le démarrage de nouvelles entreprises.

La compétitivité du Canada, à l'échelle internationale, a récemment été reconnue. On s'accorde pour dire que ses produits sont de bonne qualité et sa main-d'oeuvre parmi les meilleures. Les percées modestes du Canada sur le plan des exportations et du remplacement des importations ont amené la création d'un grand nombre d'emplois et ont permis à de nombreuses entreprises de réaliser des gains. La petite entreprise a le potentiel voulu pour aider le pays à poursuivre cette tendance; il faut donc l'encourager activement en ce sens.

Le présent gouvernement s'est engagé à prêter une oreille attentive aux suggestions qu'on lui fera sur la façon d'accroître le rendement et les débouchés de ce secteur vital de l'économie. Il s'est également donné pour consigne de transformer ces conseils en mesures concrètes visant des résultats précis. Il veillera à ne pas perdre de vue la priorité et l'importance qu'il accorde à la petite entreprise et à sa contribution à la création d'emplois.

III. LE DÉFI

Notre tâche consiste à rétablir la situation économique du Canada. Une majeure partie de cet effort doit consister en une stratégie axée sur la stimulation du secteur privé, qui doit constituer le moteur de l'économie.

L'Exposé économique et financier insiste sur le rôle-clé de la petite entreprise dans le renouveau économique. Le potentiel énorme de la petite entreprise doit être stimulé par la création d'un climat d'affaires qui saura valoriser l'initiative et la prise de risques.

La principale valorisation pour l'entrepreneur est son succès financier et la satisfaction qu'il retire du fait qu'il dirige sa propre entreprise. Pour ce faire, il doit pouvoir gérer son entreprise dans un climat économique stable relativement libre d'obstacles et de mesures décourageantes, tout en sachant que la société reconnaît l'importance de son rôle. De même l'entrepreneur doit pouvoir compter que les gouvernements cherchent à améliorer l'environnement dans lequel il dirige son entreprise.

Notre défi consiste à promouvoir le démarrage de petites entreprises au Canada, à identifier les obstacles à la réussite de l'exploitation de ces entreprises et à faire en sorte que ces obstacles soient éliminés ou réduits. De même, nous devons nous concentrer sur les façons d'inciter les chefs de petites entreprises à renforcer les trois éléments majeurs qui constituent, pour la plupart d'entre elles, la clé du succès, à savoir la connaissance de leur champ d'activité, un financement solide et une commercialisation efficace. Finalement, il sera important pour chaque entrepreneur de pouvoir intégrer et gérer ces trois éléments et les autres, de manière à assurer le succès de son entreprise.

Nous espérons que les diverses parties intéressées profiteront de cette consultation pour nous informer de leurs problèmes et des difficultés qu'elles rencontrent et soumettre des options menant à des améliorations constantes.

IV. LES PRINCIPES DIRECTEURS

En accord avec les objectifs et le défi énoncés plus haut, le gouvernement a établi certains principes pour son approche vis-à-vis de la petite entreprise :

- le gouvernement reconnaît la nécessité de promouvoir et d'aiguiser chez la petite entreprise un sens aigu de la compétitivité, de l'esprit d'entreprise, de la créativité et du défi;

- le gouvernement vise à une plus grande autonomie des individus et des entreprises pour leur permettre de mieux s'adapter aux circonstances changeantes;

- le gouvernement souhaite promouvoir la responsabilité financière et reconnaît que si nous faisons plus dans certains secteurs, nous devons faire moins ailleurs; et

- le gouvernement reconnaît le besoin d'éliminer les principaux obstacles à la croissance, en collaboration avec les entrepreneurs, les travailleurs et les autres paliers de gouvernement.

V. LA PETITE ENTREPRISE AU CANADA

Au Canada, on définit généralement la petite entreprise comme celle dont le chiffre d'affaires annuel ne dépasse pas 2 millions de dollars ou qui compte un effectif d'au plus 50 employés. Il y a environ 750 000 petites entreprises au Canada : de nombreuses se créent ou disparaissent chaque année, mais leur total net n'augmente que marginalement.

La majorité des petites entreprises ont moins de 20 employés et constituent 26 p. 100 de la main-d'oeuvre du pays. Elles représentent également la quasi-totalité de la création nette d'emplois pour la période 1978 à 1982, tel qu'indiqué au tableau 1. Il est à noter que le revers économique qu'ont subi les grandes entreprises en 1982 a partiellement contribué à ce rendement positif.

En 1980, environ 96 p. 100 des entreprises au Canada ont enregistré un chiffre d'affaires inférieur à 2 millions de dollars, comme l'indique le tableau 2. Ces entreprises ont fourni près de 30 p. 100 du produit intérieur brut du secteur privé; elles se retrouvent majoritairement dans le commerce de détail, les services aux entreprises et aux particuliers, et le bâtiment. La répartition pour 1980 des petites entreprises au Canada, par secteur, figure au tableau 3. La très grande majorité d'entre elles se situe dans la catégorie des entreprises dont le chiffre d'affaires est en deçà de 250 000 $, comme l'indique le tableau 4. Le tableau 5 montre la répartition par province des petites entreprises et de leurs ventes totales.

L'âge moyen des entrepreneurs canadiens se situe entre trente-cinq et quarante-cinq ans et va en décroissant. Les jeunes et les femmes jouent un plus grand rôle dans la propriété des petites entreprises. Le nombre des nouveaux propriétaires de petites entreprises a augmenté de 50 p. 100 entre 1964 et 1980. Pendant la même période, la proportion des entreprises appartenant aux moins de trente ans a doublé alors que celle des entreprises appartenant à des femmes a triplé.

VI. LA CONSULTATION

Pour rendre plus efficace la contribution de la petite entreprise au renouveau économique, il est essentiel que tous reconnaissent les difficultés auxquelles elle doit faire face et qu'un effort déterminant soit fait en vue d'apporter des solutions appropriées.

Dans ces consultations, nous devons être réalistes et conscients de nos limites. Le manque de ressources pour de nouvelles initiatives, en matière de fiscalité ou de dépenses, limite ce que le gouvernement fédéral peut faire. Par ailleurs, le remplacement, par des stimulants fiscaux offerts aux entreprises, de certaines dépenses gouvernementales directes, pourrait rendre plus complexe le régime fiscal. Par conséquent, les gouvernements doivent faire des choix judicieux dans l'élaboration de leurs politiques et programmes visant à favoriser et à faciliter la croissance économique.

Pour faciliter la discussion, le présent document comprend des parties distinctes sur l'environnement de la petite entreprise,

la gestion, le financement, la commercialisation, ainsi que l'information et les services. Ces différents éléments n'y sont pas traités à fond, et quelques-uns peuvent même ne pas s'appliquer à certains types de petites entreprises. Il s'agit plutôt d'un guide qui vise essentiellement à mieux situer le débat.

L'ENVIRONNEMENT DE LA PETITE ENTREPRISE

Objectif

Créer un climat pour la petite entreprise qui facilite les démarrages, les investissements et la croissance, et qui soit libre de tout obstacle majeur.

Perceptions

- L'esprit d'entreprise et la prise de risques ne sont pas suffisamment valorisés.
- Les gouvernements et la plupart des institutions financières sont perçues par la petite entreprise comme ayant une orientation axée sur les besoins de la grande entreprise.
- L'élaboration et l'application des règlements ne tiennent pas compte des ressources limitées des petites entreprises.
- La complexité de la fiscalité est jugée préjudiciable à l'esprit d'entreprise et à la propriété de petites entreprises.
- Les petites entreprises font face à des difficultés dans le recrutement et la formation et sont particulièrement touchées par la pénurie de main-d'oeuvre spécialisée.
- Les petites entreprises ont souvent de la difficulté à motiver et à garder la main-d'oeuvre qu'elles ont formée et dont elles ont besoin pour être rentables.

Possibilités

- Collaborer avec les autres paliers de gouvernement et le secteur privé à la création d'un climat plus favorable à l'esprit d'entreprise.
- Sensibiliser davantage les gouvernements et le secteur privé aux intérêts et aux besoins de la petite entreprise.
- Augmenter les possibilités de création de nouvelles entreprises, notamment les démarrages à partir de projets de recherche universitaires, de contrats obtenus auprès de grandes entreprises et de sous-contrats découlant de projets d'investissement d'envergure.

- Favoriser le succès des grandes entreprises. Le succès des petites entreprises dépend largement de la demande pour les biens et services produits par les grandes entreprises, et les petites entreprises ont la vitalité et la souplesse nécessaires pour répondre à cette demande.

- Rendre les gouvernements et le public conscients du peu de ressources dont disposent les petites entreprises pour défendre leurs intérêts.

- Éliminer, de concert avec les autres paliers de gouvernement, toute réglementation, inspection et paperasserie superflues, par exemple, voir à simplifier le système fiscal et les mesures administratives, tels que déjà annoncés par le gouvernement fédéral.

- S'assurer que la réglementation relative aux mesures sociales et à l'emploi, tout en accomplissant son rôle, ne dresse pas inutilement des barrières pour les employeurs qui désirent offrir des emplois permanents ni pour ceux et celles qui cherchent du travail.

- Collaborer avec les autres paliers de gouvernement et le secteur privé, et plus particulièrement avec la population active, dans le but d'améliorer les programmes de perfectionnement de la main-d'oeuvre spécialisée pour la petite entreprise.

- Encourager les petites entreprises à étudier les meilleures façons d'intégrer leurs employés aux activités de l'entreprise.

- Améliorer la compilation des données statistiques relatives à la petite entreprise, de façon à pouvoir mieux comprendre sa dynamique et son évolution.

Questions

1. Comment les gouvernements peuvent-ils favoriser davantage le développement de l'esprit d'entreprise ?

2. Quels éléments du régime fiscal et de son administration peuvent encore être simplifiés pour la petite entreprise ?

3. Quels éléments doit-on viser dans le cadre d'une réforme réglementaire et d'une réduction de la paperasserie pour mieux tenir compte de la spécificité de la petite entreprise ?

4. Comment le gouvernement peut-il rendre ses programmes et son aide axés sur la formation de la main-d'oeuvre spécialisée plus efficaces pour la petite entreprise ?

5. Comment peut-on apporter une meilleure participation des employés dans l'exploitation d'une petite entreprise ?

LA GESTION

Objectif

Améliorer les techniques de gestion de la petite entreprise afin d'améliorer sa performance et d'assurer sa croissance.

Perceptions

- Les lacunes de la gestion constituent une cause majeure de l'inefficacité et de l'échec des petites entreprises.

- Les petites entreprises ont tendance à se fier aux compétences d'une seule personne pour leur gestion et n'ont pas les ressources requises pour en former d'autres.

- De nombreux chefs de petites entreprises croient qu'ils n'ont pas le temps d'améliorer leurs compétences administratives.

- L'aide et la formation professionnelle offertes par le secteur privé en matière de gestion sont souvent trop coûteuses pour la plupart des petites entreprises.

- Les maisons d'enseignement sont souvent incapables de suivre l'évolution de la technologie, l'expansion des marchés et les nouvelles techniques de gestion.

Possibilités

- Procurer une meilleure information à la petite entreprise sur la formation en gestion et sur les conseils techniques et professionnels offerts.

- Inciter les petites entreprises à faire appel aux services consultatifs existants et aux services de formation en gestion.

- Inciter les institutions financières et les organismes de consultation à continuer d'étendre leurs services de consultation offerts aux petites entreprises.

. Rendre les programmes gouvernementaux de formation en gestion toujours plus pertinents et plus efficaces.

Questions

1. Quelle est la façon la plus efficace de fournir des services consultatifs de gestion à la petite entreprise ?

2. Faut-il donner une plus grande orientation locale à la formation en gestion ?

3. Les associations d'affaires et le secteur privé en général peuvent-ils jouer un rôle accru ?

4. Faut-il avoir davantage recours au franchisage, aux autres techniques de création d'entreprises et aux services offerts par les centres d'entreprises ?

5. Les services d'appui, de consultation et de création d'entreprises offerts par le gouvernement et des sociétés telles que la Banque fédérale de développement (BFD) sont-ils efficaces et comment peuvent-ils être améliorés ?

6. Comment les universités peuvent-elles jouer un rôle accru dans le développement des techniques de gestion de la petite entreprise et mener un programme de recherche sur la petite entreprise ?

LE FINANCEMENT

Objectif

Promouvoir une capitalisation appropriée et un meilleur accès aux capitaux propres dans le but d'améliorer le financement des petites entreprises.

Perceptions

. Plusieurs petites entreprises semblent avoir un problème de sous-capitalisation, trop de dettes et pas assez de fonds propres. Cette situation est attribuable à un ou à plusieurs des facteurs suivants :

   a) les ressources financières limitées dont dispose l'entrepreneur au moment du lancement de son entreprise;

   b) l'hésitation des entrepreneurs à partager leur propriété ou leur participation majoritaire et, conséquemment, à rechercher des capitaux extérieurs pour le lancement et la croissance de l'entreprise;

   c) le manque de connaissance des réseaux privés de financement; et

d) le peu de solutions de rechange en matière de financement offertes par les institutions financières.

. Les règlements ou les attitudes qui entravent les investissements dans les petites entreprises.

. Les programmes et les politiques des gouvernements qui, souvent, ne sont pas conçus de façon à favoriser la capitalisation.

. Les mesures incitatives et programmes financiers des gouvernements créent souvent de la distorsion dans les forces du marché.

Possibilités

. Mieux faire connaître aux entrepreneurs les options offertes en vue de soutenir le démarrage et la croissance de la petite entreprise.

. Encourager les institutions financières privées à offrir des services financiers mieux adaptés aux besoins de la petite entreprise.

. Revoir la réglementation et les politiques qui peuvent entraver le financement des petites entreprises, y compris le capital de risque.

. Réévaluer l'utilisation des ressources limitées du gouvernement en matière d'appui à la petite entreprise.

Questions

1. Quels obstacles empêchent actuellement l'apport de financement privé dans la petite entreprise, principalement pour le démarrage et les premières années de croissance ?

2. Comment le secteur privé peut-il mieux répondre aux besoins financiers des petites entreprises, spécialement pour l'apport de fonds propres et de capitaux de risques ?

3. Comment faciliter un plus grand investissement de capital de caisses de retraite ou l'accès à d'autres sources de financement pour les petites entreprises ?

4. Comment une réorientation de certaines politiques gouvernementales pourrait-elle davantage appuyer l'apport de capitaux dans les petites entreprises ?

5. Y a-t-il recoupement et répétition entre les programmes provinciaux et fédéraux et, si oui, comment et où apporter les correctifs ?

6. Les stimulants fiscaux et l'aide directe du gouvernement sont-ils appropriés et, si non, comment peut-on mieux les répartir ou les rendre plus efficaces ?

7. Les programmes de prêts gouvernementaux actuels demeurent-ils pertinents ? Par exemple, les prêts de la Banque fédérale de développement (BFD).

LA COMMERCIALISATION

Objectif

Promouvoir l'importance d'une commercialisation efficace comme clé du succès de la petite entreprise.

Perceptions

- Plusieurs petites entreprises ne reconnaissent pas la commercialisation comme étant une importante fonction distincte des activités reliées à la vente.

- Les petites entreprises manquent généralement de ressources financières et humaines pour se lancer dans des activités élaborées de commercialisation et de promotion.

- Les petites entreprises ont souvent des difficultés à miser sur les nouvelles possibilités de marché, à profiter des canaux d'exportation existants et à utiliser l'aide disponible en cette matière, y inclus les programmes gouvernementaux.

Possibilités

- Promouvoir l'importance d'une commercialisation efficace dans le processus d'identification des créneaux du marché et de mise au point de nouveaux produits.

- Encourager la petite entreprise à rechercher des nouveaux marchés dans le remplacement des importations, à obtenir des contrats de sous-traitance des grandes entreprises privées, des contrats d'achats gouvernementaux et des contrats à l'étranger.

- Encourager les grandes entreprises privées à confier davantage des contrats de sous-traitance aux petites entreprises afin

d'améliorer les possibilités de nouveaux marchés, de transfert de technologie de compétitivité et d'efficacité.

- Promouvoir les possibilités d'exportation à l'étranger dans le secteur de la petite entreprise, y compris la participation à la réalisation de projets appuyés par les organismes internationaux.

- S'assurer que les services gouvernementaux d'aide à la commercialisation répondent aux besoins de la petite entreprise.

Questions

1. Comment le secteur privé, y compris les associations d'affaires, peut-il jouer un rôle plus actif afin d'aider les petites entreprises à pénétrer plus facilement les marchés domestiques et étrangers ?

2. De quelle façon améliorer la diffusion de l'information sur le remplacement des importations et sur les programmes d'aide à l'exportation ?

3. Comment le gouvernement peut-il améliorer ses pratiques d'achat de façon à permettre un meilleur accès à la petite entreprise ?

4. Les efforts de promotion des exportations des gouvernements fédéral et provinciaux se recoupent-ils ? Comment améliorer la coordination ?

5. Peut-on améliorer les programmes gouvernementaux d'aide à l'exportation tels que le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) et les services offerts par la Société pour l'expansion des exportations (SEE) ?

L'INFORMATION ET LES SERVICES

Objectif

Accroître les services et l'information destinés à améliorer les activités de gestion, de financement et de commercialisation de la petite entreprise.

Perceptions

- Généralement, la petite entreprise n'a pas suffisamment d'information dans les domaines suivants :

  a) les services de consultation en gestion;

  b) les services consultatifs en matière de financement, y compris l'information sur la fiscalité et les sources de financement;

c) les possibilités de commercialisation, y compris le remplacement des importations et les exportations;

d) la technologie et l'innovation;

e) les exigences réglementaires; et

f) les programmes et les services du gouvernement.

- La concurrence au sein du secteur privé rend difficile l'échange propice des technologies entre petites et grandes entreprises.

- Il y a recoupement et répétition dans les services et les renseignements offerts par le secteur privé et les divers paliers de gouvernement.

Possibilités

- Viser l'uniformité des divers programmes et des services offerts aux petites entreprises en matière de gestion, de financement et de commercialisation, et coordonner les efforts reliés à leur mise en oeuvre.

- S'assurer que les petites entreprises obtiennent des renseignements pertinents à leurs activités, par l'entremise du secteur privé, des associations d'affaires ou des centres gouvernementaux.

- Favoriser les échanges d'information entre les grandes et les petites entreprises, afin que producteurs et utilisateurs de technologies de pointe puissent discuter de leurs besoins mutuels et des débouchés existants.

- Établir un réseau entre les divers paliers de gouvernement, les entreprises et les associations d'affaires, en vue de s'assurer que les petites entreprises obtiennent en temps opportun des renseignements appropriés sur les progrès technologiques, les possibilités de marché et sur l'aide et les programmes gouvernementaux.

- Étudier les possibilités qu'offre le concept de " comptoir unique " en vue d'assurer une meilleure coordination de l'information et des services offerts à la petite entreprise.

Questions

1. Quelles devraient être la nature et l'importance relative de l'information et des services offerts à la petite entreprise ?

2. Qui doit assumer la responsabilité de la cueillette, de la préparation et de la diffusion de l'information ? Comment la coordination doit-elle se faire ?

3. A qui devrait incomber la responsabilité d'offrir à la petite entreprise des services de consultation en matière :

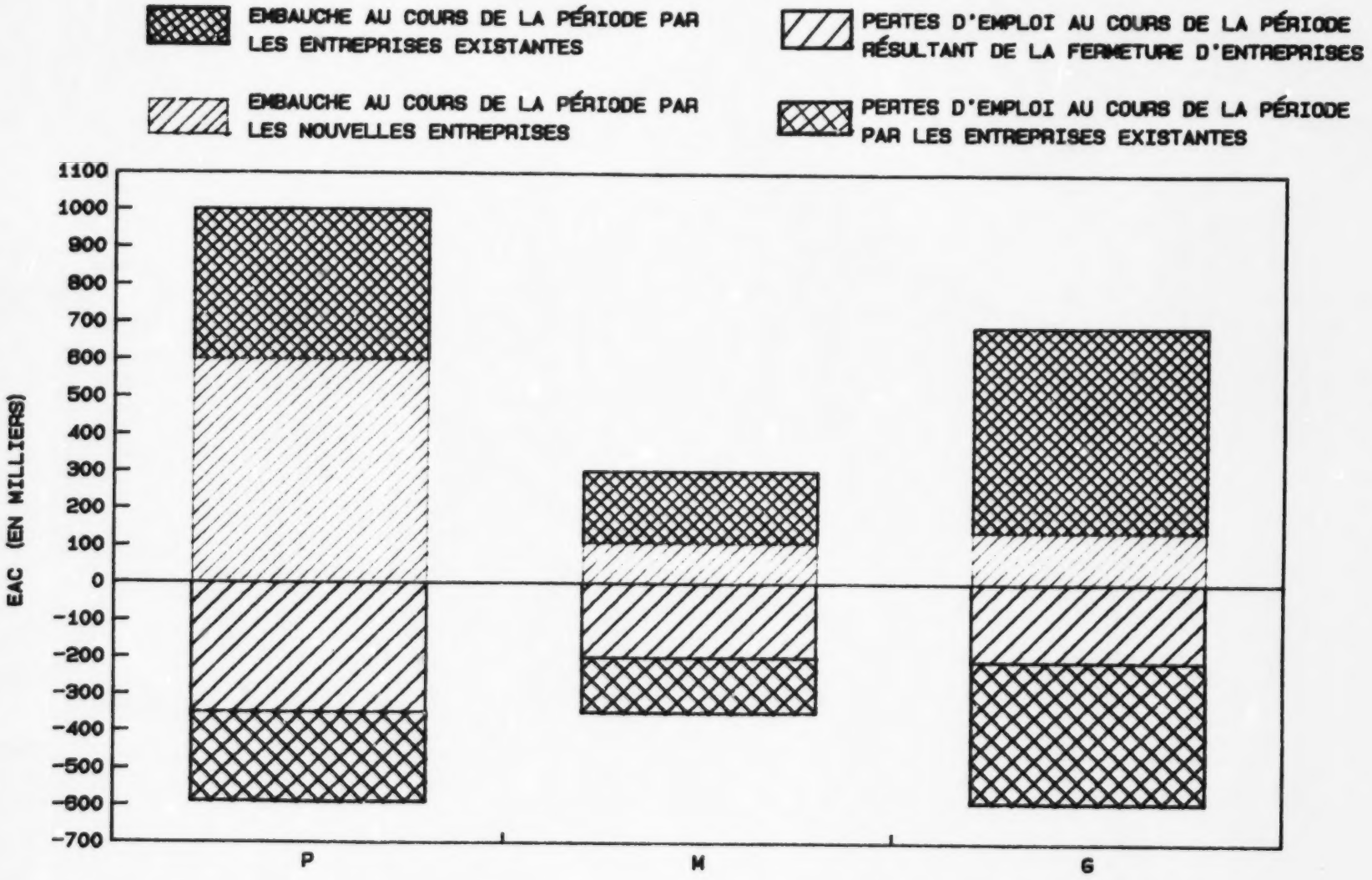
   a) de gestion ?
   b) de financement ?
   c) de commercialisation ?

4. Comment promouvoir la diffusion et l'acquisition de technologies par les petites entreprises ? Est-ce que les centres de technologie ont un rôle à jouer ?

TABLEAU 1

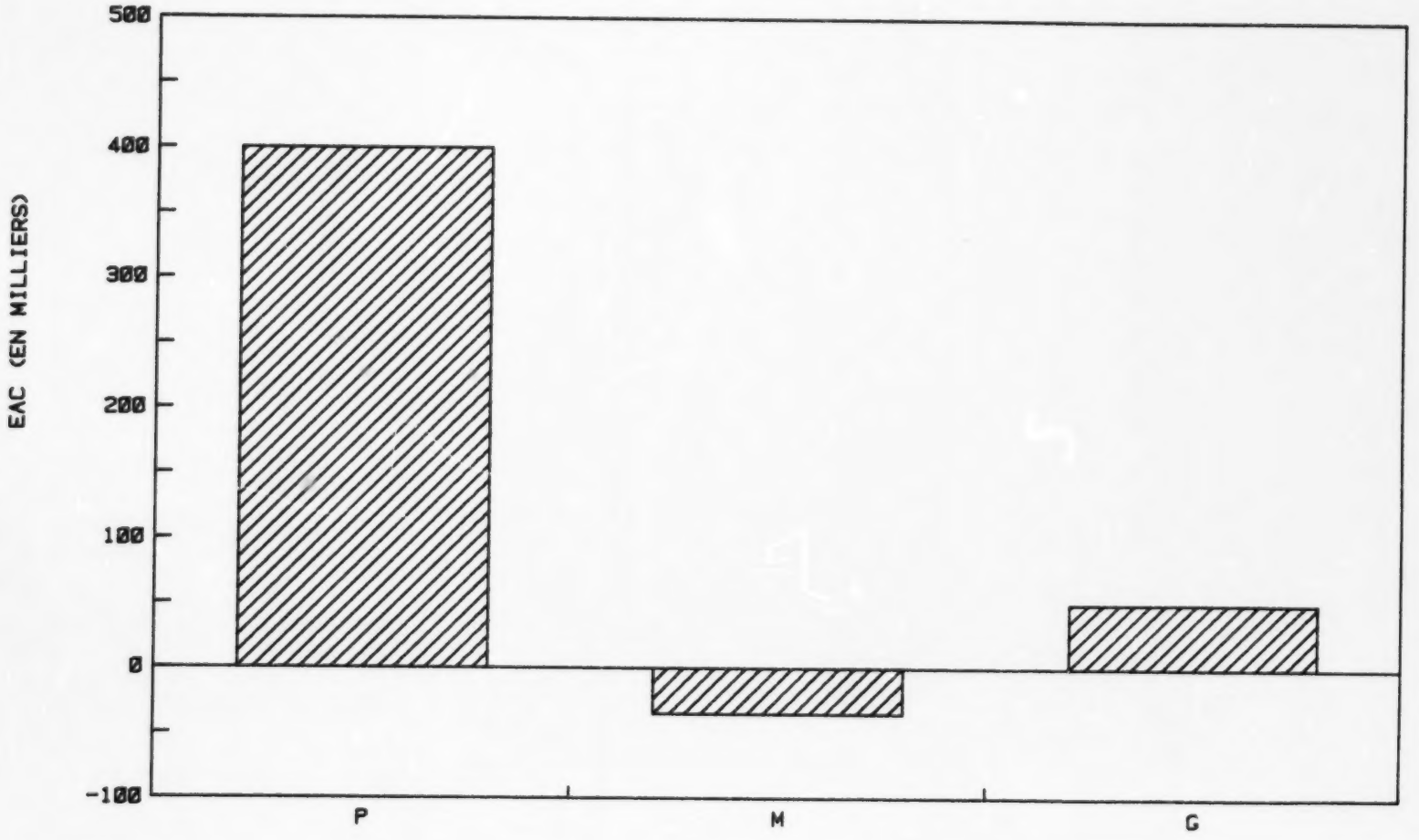
VARIATION DE L'EMPLOI EN ANNÉE COMPLÈTE (EAC) DANS LE SECTEUR PRIVÉ PAR CATÉGORIE D'ENTREPRISE EN DÉBUT DE PÉRIODE
1978 - 1982

VARIATION BRUTE DE L'EMPLOI



VARIATION DE L'EMPLOI EN ANNÉE COMPLÈTE (EAC) DANS LE SECTEUR PRIVÉ
PAR CATÉGORIE D'ENTREPRISE EN DÉBUT DE PÉRIODE - 1978-1982

VARIATION NETTE DE L'EMPLOI



P = PETITES ENTREPRISES, MOINS DE 20 EMPLOYÉS
M = 20 À 100 EMPLOYÉS
G = PLUS DE 100 EMPLOYÉS
SOURCE : STATISTIQUE CANADA

TABLEAU 2

VENTES TOTALES ET ENSEMBLE DES ENTREPRISES SELON LE VOLUME DE VENTES DES ENTREPRISES, 1980

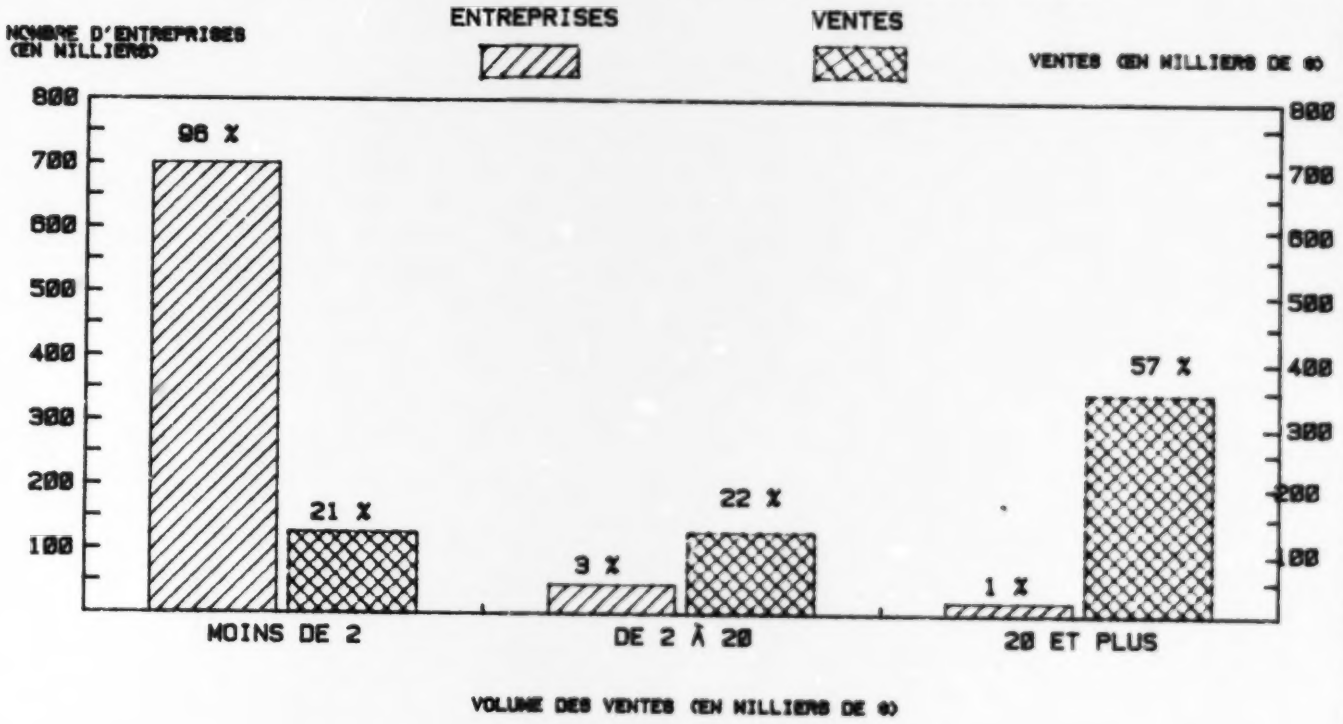
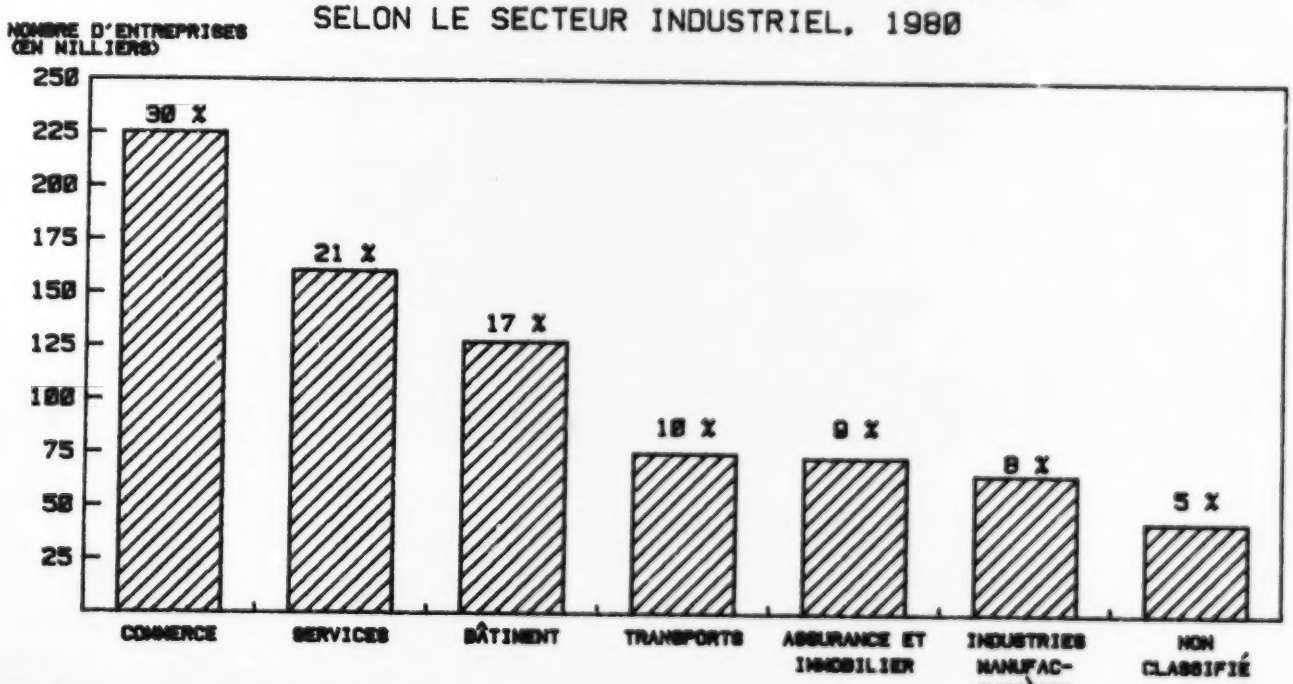


TABLEAU 3

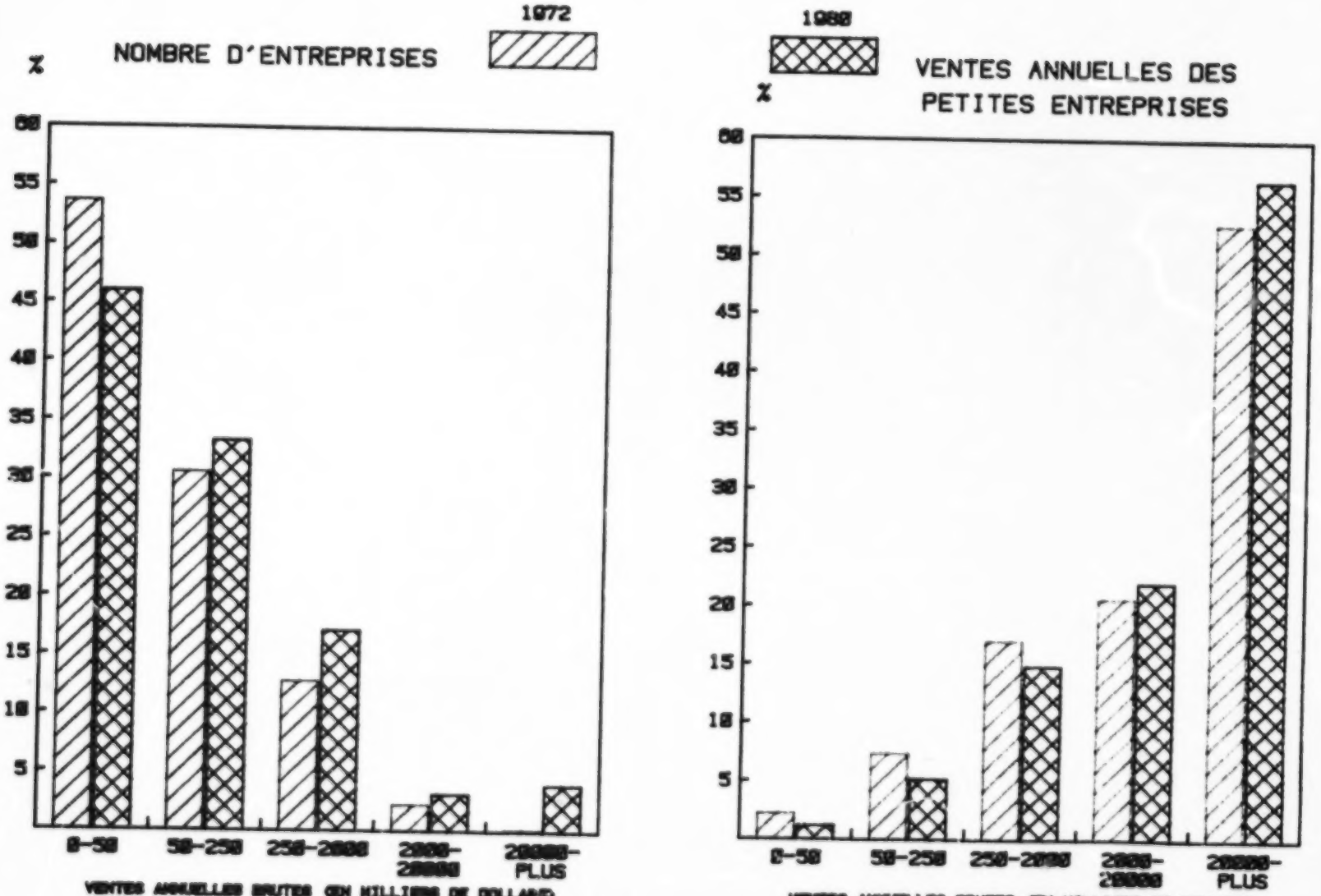
RÉPARTITION DES PETITES ENTREPRISES AU CANADA SELON LE SECTEUR INDUSTRIEL, 1980



SOURCE : STATISTIQUE CANADA.

TABLEAU 4

PROFIL DES ENTREPRISES AU CANADA SELON LES DIVERSES CATÉGORIES DE VENTES, 1972 À 1980



SOURCE : SOUS-DIVISION DES FINANCES DES ENTREPRISES ET DES STATISTIQUES FISCALES, STATISTIQUE CANADA.
DIVISION DES FINANCES DES ENTREPRISES, STATISTIQUE CANADA.

TABLEAU 5
RÉPARTITION PROPORTIONNELLE ESTIMATIVE DES PETITES ENTREPRISES ET DES VENTES PAR PROVINCE, 1980

SOURCE : STATISTIQUES SUR LA PETITE ENTREPRISE, STATISTIQUE CANADA.
NOTA : LES PETITES ENTREPRISES SONT DÉFINIES COMME ÉTANT CELLES DONT LE CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL EST INFÉRIEUR À 2 MILLIONS DE DOLLARS.
LES STATISTIQUES POUR LE YUKON ET LES TERRITOIRES DU NORD-OUEST SONT INCLUSES AVEC CELLES DE LA COLOMBIE-BRITANNIQUE.